



La manera en la que las personas consumen alcohol está cambiando en América Latina...

...y las consecuencias derivadas del consumo son **más graves** que en otras partes del mundo



El **marketing** influencia el consumo de alcohol, especialmente entre los adolescentes

Bajo el lema de **reducir los efectos nocivos** del consumo de alcohol, las productoras de alcohol realizan **acciones de responsabilidad social empresarial***

Se sospecha que estas acciones ocultan **estrategias de promoción** de las empresas

Información de contacto:

investigacionalcohol@gmail.com
www.investigacionalcohol.org
www.facebook.com/investigacionalcohol

LA INDUSTRIA DEL ALCOHOL EN AMÉRICA LATINA

Una mirada desde la Salud Pública a los Programas de Responsabilidad Social Empresarial



GRUPO DE SUSTANCIAS
PSICOACTIVAS Y LESIONES
POR CAUSA EXTERNA
IPSIBAT-UNMdP-CONICET



U. N. M. d. P.
UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA



2016

* Contribución voluntaria de las empresas al bienestar social, económico y medio-ambiental

ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) DE LA INDUSTRIA DEL ALCOHOL EN AMERICA LATINA

PAÍSES PARTICIPANTES

América Latina y el Caribe

CANTIDAD DE ACCIONES

150 Desde el año 2010 (en su mayoría de **Brasil, México, Argentina y Chile**) según la información de la **Alianza para el Consumo Responsable**

La **Alianza para el Consumo Responsable** es una organización que reúne a las principales productoras de alcohol

COLABORADORES

80% de las acciones se realizó con **colaboradores** y entre ellas...

43% tuvo alguna participación de **agencias gubernamentales**

EVALUACIÓN

110 Acciones tuvieron alguna clase de **evaluación o seguimiento**. En su mayoría **no cumplían los requisitos mínimos** para denominarse evaluación, o consistía, en **informar resultados descriptivos del proceso** (por ejemplo, cantidad de folletos distribuidos)

Los tipos de RSE más utilizados por la industria del alcohol pueden clasificarse como:

GESTIÓN DE RIESGOS



Las acciones se realizaron para **mitigar el riesgo** o porque fueron **ordenadas por ley**. La empresa logra asimismo mejorar su imagen, demostrando preocupación por los perjuicios ocasionados

DAÑO : POSIBLE

No transmite un mensaje claro sobre las consecuencias de consumir alcohol

ESTRATÉGICO



Acciones que, **pretendiendo promover el bienestar social**, intentan también alcanzar **metas empresariales**, como la auto-regulación de sus actividades o la promoción de sus productos o marca

DAÑO : ALTO

Transmite un mensaje positivo sobre el alcohol

En todas estas acciones (**RSE de gestión de riesgo y estratégico**) se encontró **algún tipo de publicidad o promoción** de una marca y cuanto mayor era la difusión, más probable era la inclusión de marketing.

INEFECTIVAS

Según la evidencia disponible, la **gran mayoría** de las actividades fueron **inefectivas**, o **no contaban con estudios** sobre su posible efectividad para reducir los daños producidos por el consumo de alcohol

Las acciones de RSE parecerían orientarse principalmente a **promover productos**, sin tener en cuenta o presentar evidencias sobre su efectividad en la **reducción de los problemas** relacionados con el alcohol